

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun belakangan ini Indonesia sedang mengalami peningkatan jasa kuliner. Usaha ekonomi di bidang kuliner ini merupakan suatu prospek yang cukup bagus, melihat kondisi Indonesia yang pada saat ini memiliki jumlah penduduk yang padat. Jasa kuliner yang ditawarkan mulai dari pedagang kecil, misalnya pedagang kaki lima di tepi jalan sampai dengan restoran mewah yang menyajikan beragam menu andalan. Rumah makan di kota Surakarta sedang marak menyajikan produk utama berupa masakan Jawa, Chinese food, dan aneka ragam menu bakaran. Sekitar 56% rumah makan di kota Surakarta menyajikan produk olahan dengan menu tersebut.

Banyaknya rumah makan di kota Surakarta yang menyajikan produk makanan berupa masakan Jawa salah satunya adalah sate ayam Pak Darmo. Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pemilik rumah makan sate ayam Pak Darmo di Surakarta adalah mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumennya. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi persaingan dengan rumah makan lain yang sama-sama menyediakan produk makanan dengan menu yang sama adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif bagi rumah makan sate ayam Pak Darmo Surakarta.

Faktor-faktor yang dapat mendukung kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, factor emosional, biaya, dan kemudahan. Kualitas pelayanan berfungsi sebagai driver yang membawa variable-variabel ke dalam kepuasan. Kualitas pelayanan ini memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu bisnis kuliner, maka konsumen tidak akan merasa puas sehingga dampak negatif akan muncul terhadap rumah makan. Kualitas pelayanan ini memiliki banyak dimensi, diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan pelayanan, kesigapan pelayanan, kemudahan, komunikasi, kesopansantunan dan pemahaman kebutuhan.

Bukti fisik merupakan fokus elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik seperti meja kursi dan alat makan seperti sendok piring dan gelas. Sedangkan lokasi meliputi kemudahan akses lokasi, lahan parkir dan lain-lain. Peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan dalam membuat masakan juga mempengaruhi kualitas pelayanan, semakin maju teknologi yang digunakan dalam memasak, maka kesempurnaan kualitas masakan akan lebih terjamin. Serta penampilan pegawai juga mempengaruhi kualitas pelayanan. Pegawai yang berpenampilan rapi dan bersih akan menimbulkan kesan profesional.

Ketanggapan (*Responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas, dimensi ini menekankan pada perilaku personel

yang memberi pelayanan untuk memperhatikan permintaan, pertanyaan, dan keceratan dari para pelanggan.

Selain Ketanggapan, kehandalan juga mempengaruhi kualitas pelayanan. Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Empati (*Empathy*) yaitu menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu yang meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Ada banyak rumah makan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik di solo, salah satunya adalah rumah makan sate ayam Pak Darmo. Sate ayam Pak Darmo merupakan salah satu rumah makan yang ramai di Surakarta. Penelitian ini dilakukan di rumah makan sate ayam Pak Darmo karena sate ayam Pak Darmo merupakan rumah makan yang laris, pada umumnya rumah makan yang laris akan memiliki konsumen dari kalangan orang kaya. Dan kalangan orang kaya pada umumnya adalah orang berpendidikan, sehingga

dalam pengisian kuisioner memiliki kestabilan dan dapat menjawab dengan jawaban yang cukup tepat.

Penelitian ini dianggap menarik karena dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan-penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bukti fisik (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?
2. Apakah kepercayaan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?
3. Apakah daya tanggap (*responsive*) mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?
4. Apakah jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?
5. Apakah empati (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?
6. Apakah *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurence* (jaminan), dan *emphaty* (empati) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh *tangibles* (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh *reliability* (kepercayaan) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.
5. Untuk menganalisis adanya pengaruh *emphaty* (empati) terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta.
6. Untuk menganalisis adanya pengaruh *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) yang secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Darmo Surakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada Rumah Makan sate ayam.

2. Manfaat empiris

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian, khususnya penelitian yang bersangkutan dengan kepuasan konsumen Rumah Makan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori yang mendasari penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis. Adapun teori-teori yang mendasari penelitian ini meliputi penjelasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis data dan pembahasan hasil penelitian.